

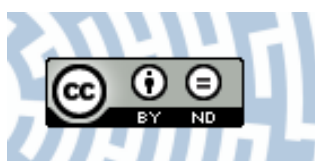


**You have downloaded a document from
RE-BUS
repository of the University of Silesia in Katowice**

Title: Walerego Pisarka „Wstęp do nauki o komunikowaniu”, czyli nowoczesny podręcznik akademicki

Author: Stanisław Michalczyk

Citation style: Michalczyk Stanisław. (2019). Walerego Pisarka „Wstęp do nauki o komunikowaniu”, czyli nowoczesny podręcznik akademicki. "Zeszyty Prasoznawcze" (T. 62, nr 2 (2019), s. 105-115), doi 10.4467/22996362PZ.19.014.10539



Uznanie autorstwa - Bez utworów zależnych Polska - Ta licencja zezwala na rozpowszechnianie, przedstawianie i wykonywanie utworu zarówno w celach komercyjnych i niekomercyjnych, pod warunkiem zachowania go w oryginalnej postaci (nie tworzenia utworów zależnych).



UNIWERSYTET ŚLĄSKI
W KATOWICACH




Biblioteka
Uniwersytetu Śląskiego



Ministerstwo Nauki
i Szkolnictwa Wyższego

**WALEREGO PISARKA „WSTĘP DO NAUKI
O KOMUNIKOWANIU”, CZYLI NOWOCZESNY
PODRĘCZNIK AKADEMICKI**

Stanisław Michalczyk

 orcid.org/0000-0002-5666-1348

Instytut Nauk Politycznych i Dziennikarstwa
Uniwersytet Śląski

ABSTRACT

Walery Pisarek’s “Introduction to Communication Studies” as a Modern Academic Textbook

The article focuses on Professor’s Pisarek textbook published in 2008. This significant scientific achievement in Pisarek’s academic career remains to this day an essential source of knowledge for researchers and students in the theory of mass communication. The work consists of 15 chapters, a bibliography, two annexes, and an index. It is based on a rich source dataset, namely the 19 page-long bibliography containing more than 500 items. The wide range of topics presented in the textbook shows the most significant trends in media studies. The first, a theoretical perspective of contemporary media theory and the theory of communication is followed by the second, a methodological perspective, given as a description of media research tools and techniques. The third, a historical perspective is used as an explanation of communication phenomena and problems. A clear explanation of the essential concepts of the subject is particularly important for students. Six chapters of the textbook deal with research issues in communication, what is understandable, due to the fact that the author was a long-time director of the Press Research Centre in Krakow. Writing the “Introduction to Communication Studies” Walery Pisarek devoted considerable space to three main links in media communication, namely the sender, the message and the recipient.

Keywords: Walery Pisarek, communication studies, media, journalism, research

W roku 2008 ukazała się książka Profesora Walerego Pisarka „Wstęp do nauki o komunikowaniu”¹, która od razu stała się bestsellerem na polskim rynku medioznawczym. Nie ma badacza, który by jej nie posiadał w swoich zbiorach. Do dziś stanowi kompendium wiedzy o podstawowych problemach teorii komunikowania masowego i komunikowania w ogóle. Autor poszerza i porządkuje w niej wiedzę wcześniej zawartą w wielu pozycjach polskich i zagranicznych badaczy².

We „Wstępie” badacz wyjaśnia podstawowe terminy, które stanowią „sól” całego procesu komunikowania oraz komunikowania masowego. Centralne znaczenie ma termin „komunikowanie”, występujący w formie czasownikowej „komunikować”. „Komunikować” to „czynić wspólnym” (można by rzec *uwspólniać*), a więc sprawiać, że jakiś element staje się częścią wspólną dwóch lub większej liczby podmiotów (s. 9). Pierwszy krok człowieka ku powszechnej wspólnocie komunikacyjnej zawarty jest w genetyce (przekazywanie informacji z rodziców na potomstwo). W trakcie ewolucji pojawiają się znaki – to już coś materialnego, doświadczonego zmysłami. Wynalazek znaku stanowi największe odkrycie istoty, która właśnie w tym momencie stała się człowiekiem. Zbiory znaków tworzą swego rodzaju języki, czyli kody. Ich powstanie uważa się za drugi krok ku wspólnocie powszechnej (s. 11). Za krok trzeci można uznać wynalazek pisma, które pokonało czas. Krok czwarty zawiera się w wynalazku ruchomej czcionki połączonym z umiejętnością drukowania (s. 11). Zaszczyt wykonania kroku piątego należy się radiu i telewizji, które w XX wieku doprowadziły do radykalnej redukcji przestrzeni i czasu jako przeszkód w przepływie informacji w wymiarze globalnym. Krok szósty zrobiła telematyka: komputerowa sieć łączności interaktywnej (s. 12). Co przyniesie krok siódmy? Istnieje tutaj wiele znaków zapytania, na które odpowie przyszłość. Ten krótki wykład unaocznia, o czym będzie książka. W niej te proste, wydawałoby się, problemy podlegać będą bardzo szczegółowej analizie (konteksty językowe, społeczne, ekonomiczne, polityczne, kulturowe – słowem naukowe).

Struktura formalna

Praca składa się ze wstępu, 15 rozdziałów, bibliografii, dwóch aneksów oraz indeksu rzeczowego. Jest rzeczą konieczną wymienienie nazw rozdziałów, aby uzmysłowić czytelnikowi (często już z młodszego pokolenia) bogactwo zagadnień i problemów podejmowanych w podręczniku. Rozdział I: „Podstawowe pojęcia”, rozdział II: „Znaki”, rozdział III: „Kompetencje komunikacyjne”, rozdział IV: „Media”, rozdział V: „Rodzaje komunikacji między ludźmi”, rozdział VI: „Modele aktów i procesu komunikacji”, rozdział VII: „Typologia mediów masowych”, rozdział VIII: „Funkcje

- 1 Pisarek W. (2008). Wstęp do nauki o komunikowaniu. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa 2008.
- 2 Spośród wielu takich pozycji trzeba zwrócić ponownie uwagę na następujących autorów: J. Mikułowskiego Pomorskiego, Z. Nęckiego (1983); B. Dobek-Ostrowską (1999); T. Goban-Klasa (1999); M. Mrozowskiego (2001); S. Michalczyka (2008).

komunikowania”, rozdział IX: „Główne orientacje w badaniach komunikacji publicznej”, rozdział X: „Tradycje badań nad komunikowaniem masowym w Europie i USA”, rozdział XI: „Tradycje badań nad komunikowaniem masowym w Polsce”, rozdział XII: „Metody i techniki badawcze”, rozdział XIII: „Skuteczność a skutki komunikacji”, rozdział XIV: „Wyniki badań”, rozdział XV: „Wymiar globalny”.

Książka została oparta na bogatej bazie źródłowej. Bibliografia zawiera 19 stron i liczy przeszło 500 pozycji. Najczęściej przywoływani autorzy to B. Berelson, J. Blumler, J. Bralczyk, M. Castells, M.L. DeFleur, B. Dobek-Ostrowska, S. Dziki, R. Filas, B. Garlicki, G. Gerbner, T. Goban-Klas, J. Habermas, E.T. Hall, C.I. Hovland, E. Katz, A. Kłoskowska, H.D. Lasswell, M.E. McCombs, D. McQuail, J. Mikułowski Pomorski, M. Mrozowski, E. Noelle-Neumann, W. Pisarek, W. Schramm, W. Schulz. Można powiedzieć, że Autor przywołał i wykorzystał wszystkie ważniejsze książki i artykuły (także słowniki), które ukazały się do roku 2007. Są to opracowania głównie polskie, ale też bibliografia obejmuje pozycje anglo-amerykańskie, niemieckie oraz rosyjskie. Profesor wykorzystał wiele swoich wcześniej opublikowanych prac.

Bibliografia jest swego rodzaju przewodnikiem po literaturze przedmiotu, posiada sama w sobie wartości naukowe i dydaktyczne. Służy do dzisiaj badaczom i studentom podczas pisania opracowań naukowych i różnego typu prac awansowych (licencjaty, magisteria, doktoraty, habilitacje). Szeroki wachlarz tematyczny literatury można sprowadzić do kilku nurtów i perspektyw badawczych, wśród których m.in. znajdują się:

- perspektywa teoretyczno-medioznawcza (komunikologiczna) – obejmuje prace o charakterze ogólnym, wnoszące wkład w rozwój szeroko pojętej teorii komunikowania i komunikowania masowego;
- perspektywa metodologiczna – są to opracowania dotyczące metod i technik badawczych w nauce o mediach i komunikowaniu (przykładem często do dzisiaj cytowana pozycja Profesora „Analiza zawartości prasy” – Kraków 1983);
- perspektywa historyczna – pozycje te analizują rozwój komunikowania i mediów od czasów najdawniejszych do XXI wieku;
- perspektywa polityczna – rozpatrująca komunikowanie i media w kontekście politycznym, dostrzegająca uwarunkowania polityczne dziennikarstwa i jego rolę w demokracji;
- perspektywa społeczna – obejmująca ogromny wpływ wywierany przez media i komunikowanie (masowe) na życie jednostki i społeczeństw m.in. w obszarze skuteczności oddziaływania, zmian postaw i zachowań, społeczny odbiór mediów;
- perspektywa lingwistyczna – skupiająca się na języku mediów jako „soli” całego procesu komunikowania, będącym podstawowym warunkiem „uwspólnotowienia” – problematyka ta szczególnie istotna dla Profesora;
- perspektywa ekonomiczna – komunikowanie masowe realizowało się zawsze w określonych warunkach ekonomicznych (gospodarczych), media to nie tylko instytucje społeczne o specyficznych możliwościach, ale także firmy ze swoimi celami ekonomicznymi, ekonomia wywiera wpływ na ich funkcjonowanie;

- perspektywa technologiczna – traktująca o technice i technicyzacji procesów komunikacyjnych – w przywołanej literaturze Profesor dostrzega rolę tego czynnika w komunikowaniu (skrajne koncepcje mówią nawet o „determinizmie technologicznym”);
- perspektywa kulturowa – dostrzegająca rolę kultury i mediów jako elementu kultury społeczeństw, media są wytworem kultury, a ta współcześnie jest przez nie kształtowana;
- perspektywa nowych mediów – dzisiaj chyba najczęściej podejmowany temat w opracowaniach naukowych, patrzy się nań z perspektywy jednostki, demokracji, technologii i zmian społecznych.

Kolejną ważną częścią książki są aneksy. Aneks I: „102 autorów, których trzeba znać” zawiera alfabetyczny spis wybitnych przedstawicieli nauk o mediach i komunikowaniu zarówno polskich, jak i zagranicznych (Amerykanie, Niemcy, Brytyjczycy, Rosjanie, Francuzi, Włosi). Aneks ten ma głównie wartości dydaktyczne, przybliżyć studentom sylwetki badaczy, którzy na przestrzeni dziesięcioleci wnieśli wkład w rozwój teje nauki. Listę otwiera Theodor W. Adorno (1903–1969), niemiecki filozof, socjolog kultury, jeden z przywódców szkoły frankfurckiej. Znany jest z krytyki skomercjalizowanej kultury masowej jako produktu przemysłu kulturalnego. Bernard Berelson (1912–1979) z kolei zapisał się jako autor systematycznego wykładu o analizie zawartości (1952). Karl Bücher (1879–1930), którego uważa się za ojca założyciela nauki o dziennikarstwie i mediach, otworzył pierwszy w Europie instytut wiedzy o gazecie. Stanisław Czarnowski (1847–1929) – historyk i wydawca prasy, uznawany za polskiego pioniera badań nad prasą. John Fiske (ur. 1939) – amerykański komunikolog, koncentrował swoje zainteresowania badawcze na kulturze masowej, zwłaszcza interesował się telewizją. Johan Galtung (ur. 1930) – norweski politolog i socjolog był jednym z twórców tzw. „teorii wartości informacji”. Carl I. Hovland (1912–1961) – jeden z ojców nauk o mediach i komunikowaniu. Denis McQuail (ur. 1935) – autor podstawowych podręczników z teorii komunikowania masowego („McQuail’s Mass Communication Theory” – 2000 rok). Listę zamyka Jasień N. Zasurski (ur. 1929) – rosyjski medioznawca, profesor dziennikarstwa i wieloletni dziekan Wydziału Dziennikarstwa Moskiewskiego Uniwersytetu Państwowego (niektórzy polscy badacze znają go osobiście). Nie sposób wymienić wszystkich uczonych. Zwrócić natomiast należy uwagę, że spośród polskich teoretyków omawiany aneks wymienia m.in. profesorów Tomasza Goban-Klasa (ur. 1942), Mieczysława Kafla (1912–1971), Jerzego Mikułowskiego Pomorskiego (ur. 1937) oraz Irenę Tetelowską (1927–1969). Sylwetek tych osób nie trzeba bliżej przedstawiać.

Aneks II „Wprowadzenie” jest przetłumaczeniem humorystycznego tekstu Murdocka Pencila pt. „Podawanie soli: stan badań” (przełożył Walery Pisarek). Tekst ten po raz pierwszy ukazał się w *Journal of Communication* w 1976 roku. Stanowi satyryczną parodię badań i publikacji amerykańskich złotej dekady lat 80., a w szczególności literatury reprezentującej orientację empiryczno-funkcjonalną. Ten artykuł o badaniach nad przemieszczaniem soli przestrzega przed jałowością

podjęmowanych iluzorycznych problemów badawczych i prób rozwiązywania ich za pomocą pozornie rzetelnych i ścisłych metod. Ponadto praca Murdocka okazała się pożyteczną pomocą dydaktyczną na repetytoriach zajęć akademickich prowadzonych pod różnymi nazwami w zakresie szeroko rozumianej komunikacji publicznej. W takim charakterze przez wiele lat była z powodzeniem wykorzystywana na seminariach ze studentami dziennikarstwa i politologii Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Każda ambitna książka naukowa powinna zawierać indeksy osób lub indeksy rzeczowe. Tak jest również w tym przypadku. Indeksy takie ułatwiają recepcję, pozwalają na szybkie znalezienie danej osoby lub danego problemu (układ alfabetyczny). Opracowanie indeksu rzeczowego nie należy do spraw prostych. Wymaga doskonałej znajomości materii i syntetycznego (systematycznego) spojrzenia na całą zawartość dzieła.

Komunikowanie i media

Wartości te w dziele Walerego Pisarka sprzęgają się ze sobą i wzajemnie uzupełniają. W tej części zwrócona zostanie uwaga na wybrane zagadnienia i problemy zawartości przybliżającej czytelnikowi charakter całego dzieła.

Podstawowe znaczenie ma pojęcie *komunikowania*. W szerokim sensie to wszelkie (techniczne, biologiczne, psychiczne i społeczne) strukturalnie podobne do siebie procesy przekazywania informacji. W ujęciu węższym przez komunikowanie rozumie się tylko przenoszenie informacji (znaczeń) między istotami żywymi. Granica między *komunikowaniem* a *komunikowaniem* się jest stosunkowo płynna, bo trudno znaleźć przykład absolutnej wszechmocy komunikatora. Pomimo to podział ten nie powinien być bagatelizowany, gdyż przejawia się w nim różnica między dyktaturą i demokracją (s. 18) oraz autorytarnym i partnerskim sposobem organizacji każdej grupy społecznej – od rodziny po społeczeństwo. Dalej Autor bardzo szczegółowo objaśnia te pojęcia oraz kolejne trzy podstawowe: nadawcę, przekaz i odbiorcę, odnosząc je do mediów. To istotne, gdyż – jak podkreśla – są one wieloznaczne, co wpływa na pewną słabość nauki o komunikowaniu.

Sporo miejsca poświęca pojęciu znaków, dokonuje ich klasyfikacji, przywołując m.in. koncepcje de Saussure’a i Barthesa. Dla studentów są to niekiedy zagadnienia skomplikowane. Podobnie jest z klasyfikacją samej komunikacji, którą generalnie można podzielić na werbalną i niewerbalną, aczkolwiek problem okazuje się bardziej skomplikowany (s. 58–62). Sporo kontrowersji wśród teoretyków i praktyków budzą *kompetencje komunikacyjne*. Pojęcie to wprowadził w roku 1965 Chomsky, przez co rozumiał zinterioryzowaną znajomość języka, pozwalającą na tworzenie i rozumienie nowych zdań. Istnieje szereg rodzajów kompetencji, np. kompetencje kulturowe, religijne, artystyczne, wreszcie medialne, które nabierają coraz większego znaczenia w dobie społeczeństwa medialnego. Właściwe rozumienie treści medialnych staje się coraz trudniejsze dla przeciętnego odbiorcy. Za podstawę kompetencji medialnych uznaje się kompetencje językowe.

Cały czwarty rozdział Pisarek poświęcił analizie pojęcia mediów. Jest to słuszne, ponieważ cały proces komunikowania masowego opiera się na mediach. W polskiej i zagranicznej literaturze przedmiotu istnieje w tym obszarze sporo kontrowersji. Funkcjonują różne definicje i klasyfikacje. Autor pisze: „Chyba żadnemu innemu terminowi w nauce o komunikowaniu nie przypisuje się tak wielu znaczeń jak wyrazowi *medium*” (s. 77), a dalej: „Należy bowiem *medium* do terminologii językoznawczej, psychologicznej, pedagogicznej i teatrologicznej; używa się go w medycynie, fizyce, chemii, geologii, architekturze i budownictwie mieszkaniowym, gdzie przez media rozumie się instalacje wodną, gazową i elektryczną [...], ponadto od stu kilkudziesięciu lat używa się słowa *medium* jako nazwę osoby mającej w praktykach spirytystycznych pośredniczyć w komunikacji (!) między światem żywych a światem zmarłych” (s. 77). Autor przytacza różne klasyfikacje mediów, opierające się na opiniach polskich i zagranicznych badaczy.

Z terminem „medium” koresponduje określenie „media masowe”, już bardziej jasne i zrozumiałe (rozdział siódmy). Są to po prostu dzienniki, czasopisma, radio, telewizja, kino, książki, płyty, kasety, plakaty, billboardy, ulotki i sieci komputerowe. Innymi słowy, media masowe, czyli środki komunikowania masowego, to kanały komunikowania publicznego o zbiorowym, zwykle instytucjonalnym nadawcy, zbiorowym przekazie (albo raczej zbiorowej, bo wieloprzekazowej zawartości), zwielokrotniane środkami technicznymi, odnoszące się do heterogenicznej, nieustrukturyzowanej zbiorowości anonimowych odbiorców (s. 121). Środki te mają charakter periodyczny i cechuje je powszechna dostępność (także inne własności). Rozdział poświęcony mediom masowym koncentruje się w dużym stopniu na ich typologii, omawia klasyfikację wypowiedzi prasowych (gatunki informacyjne i publicystyczne), rodzaje prasy (dzienniki, czasopisma), typologię gazet, czasopism, stacji radiowo-telewizyjnych, sieci komputerowych, agencji informacyjnych, nowych mediów, krajowych systemów medialnych, wreszcie przedstawia wielorakie koncepcje dziennikarstwa.

Rozdziały piąty, szósty oraz ósmy zostały poświęcone teorii komunikowania (komunikacji). Przywołana zostaje znana piramida McQuaila dotycząca poziomów komunikowania, wśród których wyróżnia się następujące: poziom intrapersonalny (przetwarzanie informacji przez człowieka), interpersonalny (komunikowanie między jednostkami, pary), komunikowanie wewnątrz grup (np. rodziny), komunikowanie między grupami lub stowarzyszeniami (społeczności lokalne), instytucjonalne i organizacyjne (system polityczny lub przedsiębiorstwa) oraz masowe, obejmujące całe społeczeństwo (s. 88).

Interesujący podział komunikacji został zaprezentowany na stronie 98, gdzie wyróżniono cztery jej odmiany. Komunikacja *elitarna* to stan, w którym rządzący jako elita władzy komunikują się głównie między sobą. Komunikacja zwana *hegemoniczną* polega na jednokierunkowym przekazywaniu informacji rządzonym przez rządzących. Komunikacja *petycyjna* to kierowanie przekazów o charakterze petycji przez rządzonych do rządzących. I wreszcie w charakterystycznej dla społeczeństw demokratycznych komunikacji *asocjacyjnej*, zwanej też stowarzyszeniową, rządzi komunikują się między sobą.

Literatura przedmiotu bardzo często omawia tzw. „modele aktów i procesu komunikacji”, których sporo funkcjonuje w literaturze. Każdy znaczący badacz tworzy własne (McQuail, Maletzke, Schramm, Katz itd.), najczęściej wyrażane i przedstawiane w formie schematów graficznych. Ten sposób ujęcia określamy jako „hipotetyczną konstrukcję myślową będącą obrazem badanego fragmentu rzeczywistości, opartym na eliminacji myślowej jego elementów (cech, relacji) nieistotnych dla danego celu”. Walery Pisarek przywołuje za innymi autorami m.in. następujące modele: dominującego czynnika (propagandowy), kontroli przepływu informacji (*gatekeepingowy*), dyfuzji, teorii informacji (matematyczny), wspólnoty doświadczeń, komunikowania się jako konwersacji. Wszystkie one opierają się na modelu najogólniejszym Lasswella z 1948 roku: *Kto co mówi jakim kanałem do kogo i z jakim skutkiem*. Modele podkreślają, że do istoty procesu komunikacji należy kodowanie treści przez nadawcę i odkodowywanie jej przez odbiorcę. Charakteryzują się na ogół dużym stopniem abstrakcji, dlatego ich recepcja wśród studentów jest utrudniona.

Bardzo ważne w nauce o komunikowaniu okazuje się opisanie i objaśnienie funkcji komunikowania. Autor wychodzi od wyróżnienia trzech funkcji mowy: powiadamiającej, emotywniej i nakłaniającej. Do tego klasycznego trójpodziału Roman Jakobson w roku 1960 dodał jeszcze funkcję *fatyczną*, zorientowaną na podtrzymywanie kontaktu między nadawcą a odbiorcą, *metajęzykową*, zorientowaną na język jako kod, oraz *poetycką*, zogniskowaną na samej wypowiedzi. W obszarze funkcji w odniesieniu do komunikowania czy mediów masowych istnieje pewien zamęt terminologiczny i klasyfikacyjny. Autor stara się wprowadzić tutaj jakiś ład, poczynając od zdefiniowania samego terminu „funkcja”. Jego zdaniem oznacza ona „działanie (lub przeznaczenie do działania) danego elementu w układzie, do którego ów element należy”. Poszukuje też kryteriów, według których można by poklasyfikować funkcje komunikowania w ogóle bądź mediów masowych. Ostateczne rezultaty tych zabiegów zostały uwidocznione w tabeli na stronach 175–176. Zawiera ona osiem kryteriów klasyfikacyjnych:

- a) według faz aktu (procesu) komunikowania Autor wyróżnił funkcję intencjonalną, nadaną i realnie pełnioną;
- b) wg świadomości (zamiaru) nadawcy – wyszczególnił funkcję zamierzoną i niezamierzoną;
- c) wg przyjętego systemu wartości – pożądaną (eufunkcję) i niepożądaną (dysfunkcję);
- d) wg interesów (punktów widzenia) partnerów – funkcję na rzecz nadawcy (-ców), na rzecz odbiorcy (-ców) i na rzecz społeczności;
- e) wg uświadamianego celu komunikowania – integrującą, socjalizującą, aktywizującą, informacyjną, perswazyjną, zabawową (rozrywkową), wychowawczą (formacyjną), opinio – i/lub postawotwórczą, popularyzatorską, propagandową i reklamową;
- f) wg sposobu komunikowania – powiadamiającą (informacyjną) i komentującą;
- g) wg zakresu (dziedziny) komunikowania – polityczną, gospodarczą, oświatową, kulturalną, administracyjną, prawną, językową, estetyczną, muzyczną i plastyczną;

- h) wg skutku komunikowania – socjalizacyjną, integracyjną, innowacyjną, inspirowującą, usypiającą, kryminogenną i opinio-postawotwórczą.

Przedstawiony powyżej podział ma charakter wyczerpujący, uwzględnia propozycje różnych autorów, poczynsz od Lazarsfelda, Meutona i Lasswella. W wielu artykułach funkcje te zostały szczegółowo opisane.

Badania

Aż sześć rozdziałów książki dotyczy badań nad mediami i komunikowaniem masowym. Widać wyraźnie, że Autor dostrzega wagę tego problemu (sam przecież był wieloletnim dyrektorem Ośrodka Badań Prasoznawczych). Słusznie zauważa, że

w badaniach nad komunikowaniem masowym ścierają się od kilkudziesięciu lat dwie przeciwstawne koncepcje roli mediów w społeczeństwie. Jedni widzą w mediach skuteczne narzędzia urabiania społecznych postaw, opinii i zachowań. Żywią przekonanie, że kto ma media, ten sprawuje rzeczywistą władzę, a jeśli się dysponentom mediów czasami nie udaje kształtowanie świadomości społeczeństwa, wynika to najczęściej z braku odpowiednich umiejętności nadawców. Potencjalnie bowiem masowa publiczność mediów bez oporu poddaje się perswazji z ich strony, wskutek czego świadomość społeczna upodabnia się do świadomości medialnej. Bohaterami zaś masowej wyobraźni społecznej są bohaterowie podrzuceni jej przez media (s. 265).

Ten jeden akapit streszcza cały sens badań nad mediami, które są złożone i posiadają wiele aspektów.

Metanaukowy charakter ma rozdział dziewiąty (metanauka – „nauka, której przedmiotem jest nauka”). Nauka o komunikowaniu masowym ukonstytuowała się najpierw w USA, za jej twórców (*Founding Fathers*) uchodzą zwykle czterej badacze: politolog Harold D. Lasswell (1902–1947), socjolog Paul F. Lazarsfeld (1901–1976), psycholog Carl I. Hovland (1912–1961) oraz psycholog społeczny Kurt Lewin (1890–1947). Byli oni przedstawicielami orientacji empiryczno-funkcjonalnej, którą charakteryzuje linearny model Lasswellowski, ale też uzyskiwanie danych doświadczalnych za pomocą różnych metod i technik (rozdział dwunasty). Oprócz tejże orientacji (zachodniej), w byłych krajach socjalistycznych istniał kierunek marksistowski, wysuwający na pierwszy plan socjalistyczne medium masowe („prasa nowego typu”) oraz kładący nacisk na praktyczne weryfikowanie uogólnień i dociekań teoretycznych. Istnieje też podejście krytyczne (Adorno, Habermas), akcentujące propagandowy i manipulatorski styl działalności mediów, oraz kulturalno-semiotyczne.

Za ojca duchowego tego ostatniego nurtu uznaje się Claude’a Lévi-Straussa, a przedstawicielami są m.in. Roland Barthes, Umberto Eco, Jacques Ellul. Media masowe za pomocą znaków kreują hiperrzeczywistość, w której funkcjonują

pseudow wydarzenia i fakty medialne – oto w największym skrócie główne założenia orientacji kulturalno-semiotycznej. Klamrą spajającą wymienione drogi badawcze jest tzw. „teoria zintegrowana”, będąca próbą „pogodzenia” różnych metodologii.

Jak każda nauka także i ta poświęcona komunikowaniu posiada swoje długie tradycje, zwłaszcza w Niemczech i USA (także w Polsce, o czym później). Nowoczesną, uniwersytecką niemiecką naukę o gazecie rozpoczyna w roku 1916 Karl Bücher, który na Uniwersytecie Lipskim utworzył instytut badań prasy, oraz Emil Dovifat, zakładający w 1924 roku w Berlinie Deutsches Institut für Zeitungskunde. Prasą zajmował się także Max Weber. Współcześnie *Publizistikwissenschaft* stanowi istotny fragment niemieckiej nauki w ogóle. Natomiast jeśli chodzi o Stany Zjednoczone, to w Princeton w 1937 roku zorganizowano ośrodek badań nad na radiem, a jego kierownictwo powierzono Lazarsfeldowi (emigrant z Austrii). Badania amerykańskie cechuje silne znaczenie empirii oraz wielokierunkowość. Bardzo często były i są nastawione na poznanie skutków oddziaływania mediów (piąte pytanie formuły Lasswella) na postawy i zachowania jednostek, grup i społeczeństwa jako całości.

W Polsce najstarsze drukowane teksty z refleksjami o prasie pochodzą z drugiej połowy XVIII wieku. Prasoznawcy za pierwszego polskiego badacza prasy (ale jeszcze nie prasoznawcę) uznali Karola Estreichera (1827–1908), twórcę bibliografii polskiej prasy, wykładowcę w warszawskiej Szkole Głównej. Na tle coraz liczniejszych, poważniejszych i bardziej zróżnicowanych tematycznie publikacji z lat 1850–1914 zupełnie wyjątkową pozycję zajmuje Stanisław Czarnowski (1847–1929), współautor Międzynarodowej Wystawy Dzienników i Czasopism w Nicei oraz dwóch fundamentalnych prac: „Postęp literatury periodycznej” (1886) oraz „Literatura periodyczna i jej rozwój” (1895). Natomiast za pierwszego polskiego prasoznawcę w pełnym tego słowa znaczeniu uchodzi Stanisław Teofil Jarkowski (1882–1947), dziennikarz, inicjator badań nad prasą, organizator pierwszego w Polsce biura wycinków prasowych, współorganizator szkolnictwa dziennikarskiego (w Lipsku słuchał wykładów Karla Büchera).

W rozdziale poświęconym tradycjom badań na komunikowaniem w Polsce Walery Pisarek omawia rozwój tej dyscypliny (w dzisiejszym rozumieniu), poczynając od lat 50. XX wieku, a kończąc na czasach współczesnych. Zarysowuje bogactwo podejmowanych problemów, wskazuje na wybitnych przedstawicieli nauki oraz instytucje z nią związane. Duże znaczenie miało m.in. powstanie w 1956 roku Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie, będącego w owym czasie placówką badawczo-rozwojową koncernu wydawniczego RSW „Prasa”. Pierwszym dyrektorem została Irena Tetelowska (1928–1969). Od roku 1962 OBP funkcjonował już jako jedyna placówka badawcza RSW. Istotną rzeczą było powstawanie i rozwój czasopism naukowych medioznawczych, które umożliwiały i umożliwiają publikowanie rezultatów badań. W 2007 roku we Wrocławiu powołano Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej, które dzisiaj skupia coraz liczniejsze grono badaczy.

Każda nauka, oprócz przedmiotu i ludzi ją uprawiających, potrzebuje wykrywalizowanych metod i technik badawczych. Nauka o komunikowaniu (masowym) wykorzystuje metody i techniki wykształcone na gruncie różnych dyscyplin, np. socjologii, psychologii, językoznawstwa, politologii, ekonomii itd. Rozdział dwunasty

w sposób szczegółowy, a jednocześnie przystępny omawia sposoby i drogi postępowania naukowego w medioznawstwie. Chodzi o gromadzenie, analizowanie, opisywanie i ocenianie faktów z dziedziny komunikacji, a następnie wiązanie ich z innymi danymi empirycznymi oraz ujawnianie różnych związków. Przedmiot poszukiwań poznawczych wyznacza formuła Lasswella: badania nadawców, opis mediów (zawartości), badania odbioru, skutków, systemów medialnych. W nauce o mediach zastosowanie znajdują cztery metody podstawowe. Są nimi: analiza zawartości, wywiady (różnego typu ankiety), metody laboratoryjne i eksperymentalne. Wszystkie one mają swoje wymogi i zasady realizacji. Czytelnik łatwo może się z nimi zapoznać, sięgając do licznych opracowań metodologicznych.

Próby syntez badań nad komunikowaniem medialnym przyjmują zazwyczaj trojaką postać. Są to bądź zbiory uniwersalnych twierdzeń (hipotez) szczegółowych, bądź wyjaśniające teorie średniego zasięgu, uogólniające prawidłowości stwierdzone empirycznie lub wyprowadzone na drodze spekulacji logicznych, bądź ogólne teorie (często w formie skomentowanych modeli graficznych) komunikowania medialnego jako szczególnej odmiany komunikacji między ludźmi (s. 273). Każdej z tych trzech głównych typów syntez medioznawczych Autor poświęca więcej uwagi w rozdziale czternastym. Problemem jest postrzeganie użyteczności badań ze strony praktyków. Przynajmniej część wydawców i dziennikarzy zarzuca badaczom niezrozumiałość i banalność wniosków („wiemy to bez waszych badań”). Jednak nowoczesne i naukowe podchodzenie do procesu komunikowania społecznego wymaga (i coraz częściej się to dostrzega) uwzględniania jego rozmaitych aspektów i uwarunkowań różnej natury. Materiału dostarcza właśnie nauka o mediach i komunikowaniu.

Podsumowanie

Podręcznik Walerego Pisarka jest dziełem mającym przesłanie dydaktyczne i naukowe. To swoista synteza wiedzy o współczesnych problemach komunikowania masowego i komunikowania w ogóle. Upłynęło przeszło 10 lat od jego wydania, ale nic nie stracił na swojej aktualności, aczkolwiek przez te lata nauka (dyscyplina) rozwijała się zarówno w Polsce, jak i za granicą w bardzo szybkim tempie. Powstały także specjalistyczne kierunki studiów (np. dziennikarstwo i komunikacja społeczna, public relations, reklama itd.). Systematycznie wzrasta liczba studentów i badaczy, powstają nowe ośrodki. Same systemy medialne ewoluują, stają się coraz bardziej złożone (konwergencja) technologicznie, politycznie i społecznie. Istnieje potrzeba nowych analiz i syntez. Temu celowi służy m.in. podręcznik (skrypt) wydany przez autora niniejszego artykułu, będący kontynuacją myśli Profesora (Michalczyk 2019).

Bibliografia

- Dobek-Ostrowska B. (1999). Podstawy komunikowania społecznego. Wrocław.
- Goban-Klas T. (1999). Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. Warszawa–Kraków.
- Michalczyk S. (2008). Społeczeństwo medialne. Studia z teorii komunikowania masowego. Katowice.
- Michalczyk S. (2019). Teoria komunikowania masowego. Skrypt dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Katowice.
- Mikułowski Pomorski J., Nęcki Z. (1983). Komunikowanie skuteczne? Kraków.
- Mrozowski M. (2001). Media masowe. Władza, rozrywka i biznes. Warszawa

STRESZCZENIE

Artykuł omawia zawartość książki Profesora, która ukazała się w 2008 roku. Była znaczącym osiągnięciem w Jego dorobku naukowym, a do dziś stanowi ważne źródło wiedzy dla badaczy i studentów teorii komunikowania masowego. Praca składa się z 15 rozdziałów, bibliografii, dwóch aneksów oraz indeksu rzeczowego. Oparta została na bogatej bazie źródłowej. Bibliografia zawiera 19 stron i liczy przeszło 500 pozycji, jest swego rodzaju przewodnikiem po literaturze przedmiotu. W podręczniku znaleźć można kilka nurtów tematycznych. Najważniejsza jest perspektywa teoretyczno-medioznawcza (komunikologiczna), która prezentuje współczesne zagadnienia teorii komunikowania masowego i mediów. Oprócz niej istotne znaczenie ma perspektywa metodologiczna, w której Autor omawia narzędzia i techniki badawcze stosowane w medioznawstwie. Poszczególne problemy analizowane są także w perspektywie historycznej, w której wyjaśniona zostaje geneza zjawisk i procesów. Dla studentów istotne znaczenie ma klarowne wyjaśnienie najważniejszych pojęć oraz funkcji mediów. Aż sześć rozdziałów podręcznika dotyczy problematyki badawczej, co jest zrozumiałe, gdyż Autor był wieloletnim dyrektorem Ośrodka Badań Prasoznawczych w Krakowie. Walery Pisarek sporo miejsca poświęca trzem głównym ogniwom komunikowania medialnego, tj. nadawcy, przekazowi i odbiorcy. Na tym schemacie buduje swoje analizy i syntezy, które mają charakter bardzo szczegółowy, ale zarazem jasny i przystępny. Jest to ważne, biorąc pod uwagę skomplikowany charakter całej materii naukowej.

Słowa kluczowe: Walery Pisarek, nauka o komunikowaniu, media, dziennikarstwo, badania